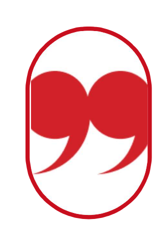




ابحث هنا

حياة وناس

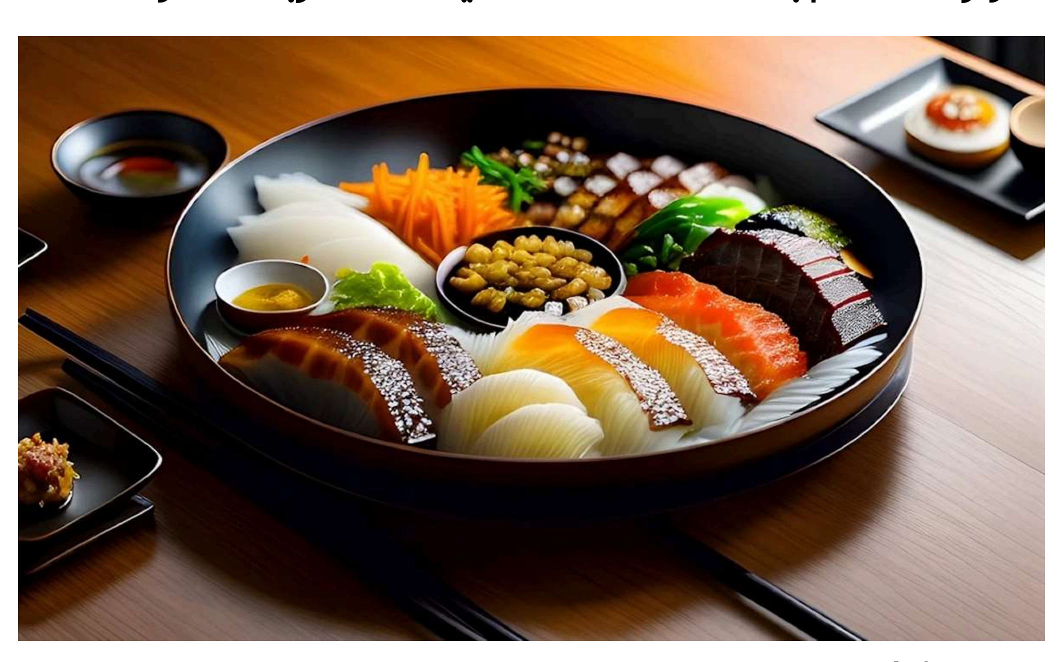
علوم وتكنولوجيا



الأخبار

الثلاثاء 8 نيسان 2025

صور الطعام بالذكاء الاصطناعي: لماذا تُربك عقولنا؟



تزيد الصور المُحسَّنة من استهلاك الأطعمة الغنية بالسعرات الحرارية.

في الوقت الذي يُحدث فيه الذكاء الاصطناعي ثورة في مجالات متعددة، من الفنون إلى الرعاية الصحية، برزت تساؤلات جديدة في مجال يبدو بعيداً عن التكنولوجيا: الطعام. فقد أظهرت دراسات حديثة أن الصور الغذائية المُنشأة بالذكاء الاصطناعي تُثير مشاعر غير متوقعة لدى البشر، تراوح بين الانزعاج والقلق، خاصةً عندما تحاكي الواقع ولكنها لا تبلغه تماماً.

«وادي الغرابة»... يصل إلى الطعام

تُعيد هذه الظاهرة إلى الواجهة مفهوم «وادي الغرابة» (Uncanny Valley)، وهو مصطلح يُستخدم تقليدياً لوصف النفور الذي يشعر به

البشر تجاه روبوتات شبيهة بالبشر ولكن غير مكتملة. ووفقاً لدراسة حديثة ستُنشر قريباً في مجلة Appetite، يبدو أن هذا التأثير لا يقتصر على الروبوتات فقط، بل يشمل الآن أيضاً صور الطعام.

شملت الدراسة 95 مشاركاً، عُرضت عليهم مجموعة متنوعة من الصور: طعام حقيقي، وأخرى مُنشأة بالذكاء الاصطناعي بدرجات مختلفة من الواقعية، بالإضافة إلى صور طعام فاسد أو مشوّه. وطُلب من المشاركين تقييم الصور بناءً على الغرابة، والدفء، والواقعية. وأظهرت النتائج أن الصور شبه الواقعية، التي تبدو جذابة للوهلة الأولى لكنها تحتوي على تشوهات خفية، كانت الأكثر إزعاجاً.



صورة مُنشأة بالذكاء الاصطناعي

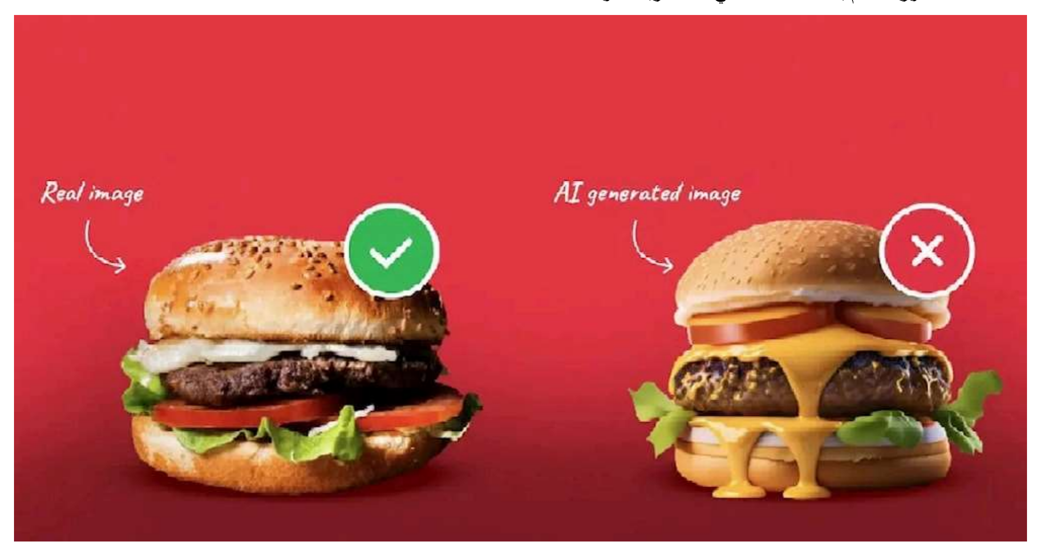
أدمغتنا تُحب الوضوح

كشفت البيانات عن نمط غير متوقع، إذ يتفاعل البشر بشكل إيجابي مع الصور الواقعية بالكامل أو تلك التي تتبع أسلوباً فنياً واضحاً، بينما تثير الصور شبه الواقعية شعوراً بالقلق أو النفور. ويُعزى هذا التفاعل إلى ميل الدماغ البشري إلى البحث عن التناسق والاكتمال، أي انحراف طفيف عن هذه التوقعات يُترجم إلى إرباك نفسي.

ومن اللافت أن الأفراد الذين يُعانون من «رُهاب الطعام الجديد» (Food Neophobia)، أي التردد في تجربة أطعمة غير مألوفة، كانوا أكثر حساسية تجاه هذه الصور. كما أشارت الدراسة إلى مفارقة مثيرة، وهي أن الأشخاص ذوي مؤشر كتلة جسم BMI أعلى أظهروا قبولاً أكبر لصور الطعام المُولدة بالذكاء الاصطناعي، ما يفتح باباً للنقاش حول العلاقة بين الاستجابة البصرية والغذائية.

الذكاء الاصطناعي في التسويق: فرص وتحديات

لا شك في أنّ استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج الصور الغذائية يُوفر مزايا كبيرة لصنّاع المحتوى والعلامات التجارية، مثل تقليل تكاليف الإنتاج وتحسين جودة الصورة عبر تعزيز الإضاءة والتناظر والملمس. إلا أن هذه المزايا قد تنقلب إلى معوقات إذا لم يُراعَ الجانب النفسي للمستهلك.
تشير النتائج إلى أن الاعتماد العشوائي على صور الطعام المُولدة ممكن أن يؤدي إلى نتائج عكسية، مثل تعزيز توقعات غير واقعية بشأن شكل الطعام الطبيعي، أو زيادة الجوع البصري تجاه أطعمة غير صحية، ما يهدد جهود التوعية الغذائية والاستدامة.



تثير الصور شبه الواقعية شعوراً بالقلق أو النفور

تأثيرات تتجاوز الشاشة

يتخطى تأثير هذه الصور الجانب التسويقي ليطال الصحة العامة وسلوك المستهلك. إذ تُسهم الصور المُحسَّنة في تعزيز استهلاك الأطعمة الغنية بالسعرات الحرارية، وتقليل تقبّل المنتجات الزراعية «غير المثالية»، مثل الخضروات التي تحتوي على عيوب طبيعية. وفي بيئة رقمية تُغمر بالمثالية البصرية، يصبح من الصعب إقناع المستهلكين بأن الشكل لا يُحدّد الجودة.

المستقبل: تكيّف أم تصحيح؟

بينما يُتوقع أن يزداد تعرُّف البشر إلى الصور الاصطناعية مع الوقت، ما قد يُخفف من تأثير «وادي الغرابة»، إلا أن ذلك لا يُغني عن الحاجة إلى تصميم بصري واعٍ ومبني على فهم سلوكي. توصي الدراسات باستخدام صور إما واقعية تمامًا أو ذات طابع كرتوني/فني واضح، والابتعاد عن الأنماط «المشوّهة الواقعية» التي تُثير نفوراً نفسياً غير متوقع.

مقالات ذات صلة

علوم وتكنولوجيا
دراسة بالذكاء الاصطناعي تُنكر التغيّر المناخي

الأخبار 2025-04-06

لايف ستايل
الذكاء الاصطناعي يهدّد عارضات الأزياء!

ميادة أبو خزام 2025-04-05

عالم
الذكاء الاصطناعي قد يؤثّر على 40% من الوظائف

الأخبار 2025-04-03

صحة وعائلة
الذكاء الاصطناعي يسرّع رصد تشوّهات الأجنّة

الأخبار 2025-03-28

الأكثر قراءة

لبنان
ملك أميركا وملك إسرائيل

ابراهيم الامين 07.04.2025

لبنان
سلامة يقود حملة إعلامية مضلّلة لإطلاق سراحه: قضاء أوروبا لم يعلن البراءة و5 طلبات طعن رُفضت

رلى إبراهيم 07.04.2025

عرب
دوريات فصائلية ليلية للاستطلاع: العدو يواصل تهديد درعا

حيان درويش 07.04.2025

عالم
ترامب «يفاجئ» نتنياهو: نفاوض إيران... ونريد اتفاقاً

عرب

دمشق تكثّف حراكها نحو الدروز: السويداء منقسمة على نفسها

الأخبار 07.04.2025

لبنان

ما الذي كان يتوقّعه حلفاء أميركا من أورتاغوس؟

ميسم رزق 08.04.2025



